

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Radio Play99ers 100 FM Bandung

Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung merupakan sebuah Radio terbesar di daerah bandung, keberadaan radio Ninetyniners dirintis oleh sepasang suami istri yaitu Boediman Soemali dan Lisa Marlina yang senang akan musik, karena kegiatan di bidang musik dianggap tidak cukup untuk mengekspresikan perhatian mereka pada musik, maka digunakan media radio sebagai alatnya.

Radio Ninetyniners pertama kali On Air pada tanggal 09 September 2000 selama Sembilan hari, lalu berhenti untuk penyempurnaan system dan kembali On Air pada tanggal 22 Desember 2000, Radio Ninetyniners berada di gedung BRI Tower lantai 14, Jln Asia Afrika No. 55-59 Bandung, dan memancar di jalur 100FM.

Paket acara yang disajikan sarat dengan musik dan disajikan dalam bentuk yang menarik, sehingga dalam waktu yang singkat Radio Ninetyniners muncul sebagai stasiun Radio swasta dengan format acara yang berbeda dari radio swasta dengan format acara yang berbeda dari format acara radio lainnya yang ada di kota Bandung.

Tepat 1,5 tahun radio Ninetyniners mengudara, Ninetyniners berhasil mencapai posisi puncak untuk menjadi radio anak muda No 1, yaitu segment pendengar 15-24AB dan ke 5 untuk all segment di survey AC Nielsen 2002. Ninetyniners kembali menjadi radio anak muda 15-24AB No 1. Juga naik pangkat ke posisi 3 pendengar all segment di survey AC Nielsen 2003, untuk tiga tahun berturut-turut Ninetyniners menempati posisi radio anak muda No 1 Di Bandung 15-24AB dalam survey AC Nielsen May 2004, semua prestasi ini dapat dicapai karena Ninetyniners berpromosi secara baik dan benar serta konsisten dan konsekwen

Perusahaan yang menaungi Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung sendiri yaitu PT. Radio Swara Milliard Artha. Seperti halnya Radio Ninetyniners, memiliki konsep dasar sehingga selalu berpikiran untuk selangkah lebih

baik dari yang sudah ada dan mempunyai nilai yang lebih positif, dan itulah merupakan komitmen Ninetyniners Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) Bandung. (Sumber: Dokumen Perusahaan)

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi Radio Play99ers adalah sebagai berikut :

A. VISI

“Menjadi media promosi bagi kebutuhan periklanan perusahaan di kota Bandung Jakarta & sekitarnya.”

B. MISI

- a. Menjalin kerjasama dengan para pelaku bisnis/ klien.
- b. Memberikan info untuk pendengar dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dicerna.
- c. Menyediakan sarana promosi bermutu.
- d. Memberikan informasi dengan mudah.

1.1.3 Logo Perusahaan



GAMBAR 1. 1
Logo Radio Play99ers 100FM Bandung
(Sumber: Dokumen Perusahaan,2018)

1.1.4 Informasi Perusahaan

Alamat : Jalan Ir. Haji Juanda No. 126B, Lebak Gede, Coblong,
Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

No. Telp : (022) 2515471
Website : www.play99ers.com
Email : Contact@play99ers.com
Instagram : @play99ers
Twitter : @play99ers

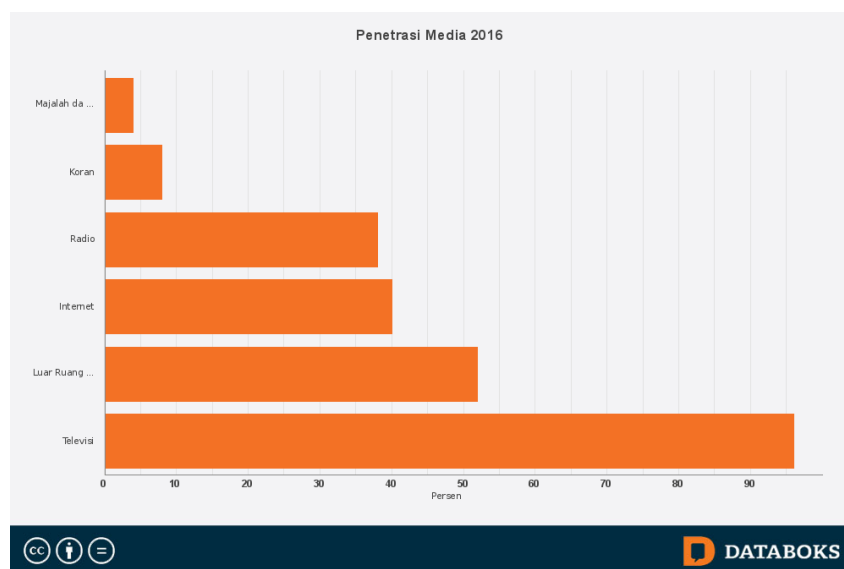
1.2 Latar Belakang Masalah

Pertambahan penduduk disertai dengan perkembangan jaman yang semakin pesat, menimbulkan kejenuhan dan tekanan hidup yang harus diimbangi dengan hal-hal yang lebih ringan seperti hiburan, dimana hiburan tersebut bisa dilakukan individu atau kelompok dengan tidak meninggalkan aktivitas-aktivitas utamanya. Kesadaran masyarakat akan kebutuhan hiburan sangatlah tinggi guna mengurangi beban yang dimiliki. Banyak alternatif pilihan hiburan yang ditawarkan industry *entertainment*, namun banyak pula tuntutan pengguna jasa hiburan yang menginginkan kecepatan dan kemudahan dalam memperoleh fasilitas jasa yang dibutuhkan dimana hal ini akan menjadi kunci pelayanan bagi perusahaan yang bergerak di dunia *entertainment*, baik lewat media cetak maupun elektronik.

Perubahan pola pikir yang terjadi di masyarakat yang memandang bahwa media elektronik berupa radio tidak lagi sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan. Menurut Gerald R. Miller dalam Rustono Farady Marta (2013), “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”. Sedangkan fungsi pokok radio dari waktu ke waktu adalah sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati perubahan lingkungan yang langsung dapat mempengaruhi kehidupan pendengar.

Perkembangan media komunikasi yang kian pesat, mendorong masyarakat lebih selektif dalam memilih media mana yang mereka pilih atau yang mereka konsumsi. Mulai dari media cetak yang kini kian inovatif, hingga media elektronik

seperti televisi yang kian hari semakin diminati oleh masyarakat. Keunggulan media elektronik seperti televisi, membuat radio semakin tidak terdengar di kalangan masyarakat. Keunggulan televisi jika dibandingkan dengan radio, televisi mudah menarik perhatian masyarakat yang kini lebih tertarik pada kemasan audio-visual dibandingkan radio yang cenderung audio saja. Menurut <http://www.nielsen.com> , pada tahun 2016 Nielsen Radio Audience Measurement mencatat bahwa penetrasi media televisi (96%), Media Luar Ruang (52%) dan Internet (40%) masih tinggi namun media radio masih terbilang cukup baik di angka 38 persen pada kuartal ketiga 2016.



GAMBAR 1. 2
Grafik Pendengar Radio
(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> , 2016)

Menurut Survei Radio Audience Measurement (RAM) pada kuartal ketiga tahun 2016 masih menempatkan radio sebagai salah satu pilihan masyarakat. Penetrasi pendengar radio mencapai 38 persen atau sekitar 20 juta orang. Survei yang dilakukan Nielsen ini mencakup wilayah 11 kota besar di Indonesia. Nielsen RAM merupakan survei pengukuran kependengaran radio terhadap 8.400 responden berusia 10 tahun ke atas. Kota-kota yang disurvei antara lain Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang,

Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin. (sumber : <https://databoks.katadata.co.id> / diakses pada 5 Juni 2018). Dari data tersebut dapat dilihat peminat televisi lebih tinggi dari peminat radio.

Meski begitu, radio merupakan salah satu media yang efektif bagi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Radio juga disebut sebagai "sahabat" yang dapat menemani kegiatan sehari-hari para pendengarnya, karena berfungsi sebagai alat penghibur, penyampai informasi, dan melaksanakan fungsi pendidikan bagi masyarakat. seiring berkembangnya teknologi, radio yang dulunya memegang peran penting dalam penyampaian informasi khususnya Indonesia, perlahan-lahan mulai tersingkirkan dengan datangnya media baru yang jauh lebih menarik dengan konsep audio visual yaitu televisi. Televisi merupakan media massa paling banyak diminati masyarakat sekarang ini. Mungkin hal ini merupakan salah satu penyebab turunnya minat dengar khalayak terhadap radio.

Temuan Nielsen Radio Audio Measurement kuartal ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi Radio pada konsumen Kota Bandung 54%.

Generasi Z atau anak-anak dan remaja dengan tahun kelahiran 1995-2014 merupakan konsumen yang sangat potensial, karena mereka memiliki pengaruh dalam keputusan membeli dalam keluarga. Menurut survey Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal II 2016 yang dilakukan di 11 kota, dua hal yang utama dipengaruhi oleh Gen Z adalah keputusan untuk berlibur dan untuk membeli produk elektronik. Konsumen remaja (usia 15-19 tahun) memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan untuk berlibur (67%) dan juga keputusan untuk membeli produk elektronik (62%).

Menurut AC Nielsen kegiatan yang paling disukai adalah menonton TV, yaitu 38% pada anak-anak dan 32% pada remaja, dan mendengarkan musik dengan 17% pada anak-anak dan 25% pada remaja. 11% anak-anak menyatakan bahwa kegiatan yang mereka sukai setelah mendengarkan musik adalah membaca buku. Sementara itu, setelah mendengarkan musik, remaja lebih suka menjelajah internet (17%). (sumber : <http://www.nielsen.com> 2016)

Menurut Nielsen Consumer & Media View Q2 2016, dalam <http://www.nielsen.com> 2016, Menunjukkan bahwa Gen Z masih dapat dijangkau oleh media, termasuk media tradisional. Televisi, Internet dan Radio merupakan media utama yang mereka konsumsi. Selain penetrasi TV terrestrial yang merupakan sistem penyiaran televisi yang tidak melibatkan transmisi satelit, biasanya menggunakan antena televisi, masih yang tertinggi (diatas 95% pada anak-anak dan remaja), penetrasi TV berbayar juga mencapai 10%. Pola konsumsi internet juga memperlihatkan peningkatan dalam lima tahun terakhir, dimana pada kuartal kedua 2016 penetrasi internet pada anak-anak adalah 45% - meningkat 13% dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2011 – dan pada remaja adalah 81% - meningkat 29% dibandingkan dengan kuartal kedua 2011. Rata-rata remaja menghabiskan waktu lebih dari dua jam untuk mengkonsumsi internet (2 jam 29 menit) dan radio (2 jam 20 menit), sementara anak-anak menghabiskan lebih sedikit waktu dengan 1 jam 37 menit untuk internet dan 1 jam 45 menit untuk radio.

Temuan Nielsen Radio Measurement kuartal kedua tahun ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi Radio pada konsumen Gen Z adalah 20%. Mereka lebih banyak mendengarkan radio melalui perangkat *mobile* – Remaja 39% dan Anak-anak 20%.

Menurut Nielsen Radio Measurement pada situs www.Marketing.co.id 2016, waktu yang dihabiskan generasi *Millenials*, dengan tahun kelahiran tahun 1980-1997, 15 jam 37 menit, dan Generasi Z, tahun kelahiran 1995-2014, untuk mendengarkan radio lebih dari 13 jam di setiap minggunya.

Jika ada asumsi yang muncul bahwa radio hanya didengarkan oleh generasi usia yang lebih berumur, ini bertolak belakang dengan hasil temuan Nielsen RAM pada tahun 2016. Hasil Survei Nielsen menunjukkan 57% pendengar radio justru konsumen masa depan dengan usia relatif muda. Kontribusi pendengar radio ini didominasi oleh *Millenials* 38%, dan Generasi Z 19%.

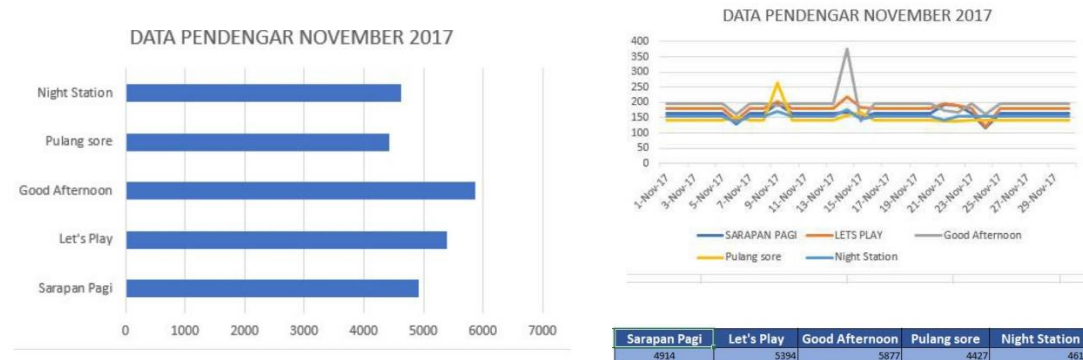
Dalam website Nielsen RAM saat ini 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu *mobile phone*. Media

Radio lebih menasar pendengar lokal dan bersaing sangat ketat dengan internet. Radio tidak lagi didengarkan melalui radio tape saja, tetapi ini perilaku pendengar telah berubah menjadi mengedepankan teknologi dan fleksibilitas dalam mendengarkan radio. Radio kini berangkat menjadi media yang lebih personal bagi masing-masing konsumen.

Menurut Fauzy Alfasany dalam Fitrianawati (2015) Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar termasuk kota Bandung dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audiensnya. Frekuensi stasiun radio di kota Bandung terbilang yang sangat padat dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Dengan jumlah penduduk sekitar 2.000.000 jiwa, diperkirakan terdapat lebih dari 60 stasiun radio, jumlah yang sangat besar jika dibandingkan dengan Jakarta. Bahkan jika dibandingkan dengan negara lain, Bandung pun terbilang padat.

Play99ers Radio merupakan salah satu radio swasta di Bandung yang cukup digemari selain Prambors, Oz Radio, RASE FM, dan ARDAN Radio. Di tengah-tengah radio swasta lain di Bandung, Play99ers Radio tetap eksis dengan target pendengar lebih banyak pada remaja hingga dewasa yaitu generasi *millennials* dan generasi Z . Mulai dari usia 15 – 24 tahun sekitar 80% dan lebih dari usia 24 tahun 20% (sumber : <http://play99ers.com> , diakses pada 24 Februari 2018) . Pendidikan mulai dari SD, SMP, SMA, mahasiswa hingga orang tua sampai dengan eksekutif muda dengan status ekonomi yang merata. Play99ers Radio menjadi pilihan untuk didengarkan karena memiliki keunggulan-keunggulan yaitu materi program yang disiarkan berkualitas dan mencakup pada berbagai usia, informasi yang disajikan lebih banyak dan dikemas dengan menarik.

Dapat kita lihat pula grafik pendengar radio Play99ers November 2017.



GAMBAR 1.3
Grafik Pendengar Radio Play99ers November 2017
(Sumber : Dokumen Perusahaan,2018)

Dari data tersebut dapat kita ketahui dari masih ada minat orang untuk mendengarkan radio pada kalangan remaja terutama di Kota Bandung.

Radio play99ers memiliki beberapa program radio, yaitu Sarapan Pagi, Good Afternoon, Pulang Sore, Saturdate, Play FC, Tempo Doloe, Night Station, Music Ego, Buka Mata, Movie Station, Lets Play.

Melalui hasil wawancara dengan SPV Merketing Communication radio Play99ers, radio Play99ers ingin meningkatkan kualitas program yang terdapat pada radio Play99ers dengan mengetahui preferensi pendengar radio Play99ers. Sehingga radio dapat mengetahui apa yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan radio yang ingin di dengar. Dari hal tersebut diangkatlah penelitian mengenai keputusan pendengar radio dengan judul **“Pengaruh Konten Radio Terhadap Keputusan Mendengarkan Radio (Studi Kasus pada Radio Play99ers 100 FM Bandung)”**

1.3 Perumusan Masalah

- a. Bagaimana konten radio yang dibutuhkan pendengar radio Play99ers ?
- b. Bagaimana pengambilan keputusan mendengarkan radio pada pendengar radio Play99ers ?

- c. Seberapa besar pengaruh konten radio terhadap pengambilan keputusan mendengarkan radio pada pendengar radio Play99ers ?

1.4 Tujuan penelitian

- a. Mengetahui konten radio yang dibutuhkan pendengar radio Play99ers
- b. Mengetahui pengambilan keputusan mendengarkan radio pada pendengar radio Play99ers
- c. Mengetahui pengaruh konten radio yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan radio pada pendengar radio Play99ers.

1.5 Batasan Penelitian

Agar lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas, penulis akan membatasi penelitian ini sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dilakukan pada Januari – April 2018
- b. Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana
- c. Penelitian ini dilakukan pada Radio Play99ers 100 FM Bandung
- d. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar pengaruh konten radio dan minat mendengarkan radio
- e. Sasaran penyebaran kuisioner penelitian ini adalah pria atau wanita berusia 15 – 25 tahun dan berdomisili Bandung.
- f. Tempat penyebaran pada SMA dan Universitas Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Penulis
Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai hal yang diteliti mulai dari teori hingga praktik, selain itu penulis belajar untuk menganalisa suatu permasalahan yang ada di perusahaan
- b. Bagi Universitas
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu literatur yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya

c. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk upaya pemasaran selanjutnya oleh perusahaan

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan ini disusun bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Deskripsi sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN.

Pada bab ini, berisi mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu Radio Play99ers 100 FM Bandung, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika laporan

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang rangkuman teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian, penelitian terdahulu

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditujukan untuk instistusi dan perusahaan yang menjadi objek penelitian.